

## مقاله پژوهشی: الگوی راهبردی نفوذ آمریکا علیه ج.ا.ایران از منظر امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)

فتح‌الله کلاتری<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۲۶

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۲/۱۵

### چکیده

آمریکا در راستای تحقق راهبرد «فروپاشی از درون و فشار از بیرون»، پروژه نفوذ جریانی را علیه ج.ا.ایران طبق چهار اولویت انجام می‌دهد: ۱- نفوذ فرهنگی از طریق «شبیخون فرهنگی»؛ ۲- نفوذ سیاسی از طریق «ناتوی سیاسی»؛ ۳- نفوذ اقتصادی از طریق «تروریسم اقتصادی»؛ این سه مرحله همان فروپاشی از درون است. ۴- نفوذ امنیتی از طریق «تهدید امنیتی» یا فشار از بیرون. این راهبرد به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم باعث تغییر باور و رفتار می‌گردد. آمریکا از طریق نفوذ به دنبال براندازی نظام، استحاله انقلاب و استفاده از عناصر نفوذپذیر برای تأثیر در ادراک مردم و مسئولین است. نفوذ موردی مثل جاسوسی از طریق تصمیم‌گیران، تصمیم‌سازان و خواص و یا نفوذ جریانی مثل شبکه‌سازی باعث تغییر آرمان‌ها، ارزش‌ها، باورها، نگاه‌ها، خواسته‌ها و سبک زندگی می‌شود. این پژوهش به روش زمینه‌ای موردی انجام گردیده و از نوع توسعه‌ای-کاربردی می‌باشد. روش جمع‌آوری اطلاعات میدانی و کتابخانه‌ای بوده و جامعه نمونه ۷۰ نفر است. هدف این مقاله بررسی ابعاد و مؤلفه‌ها و شاخص‌های نفوذ آمریکا علیه ج.ا.ایران از منظر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) است. آمریکا طی فرآیند سه مرحله‌ای به دنبال نفوذ در حاکمیت و نظام ج.ا.ایران است. مرحله اول؛ نفوذ و بازگشت آمریکا به ایران است که شامل چهار گام است. مرحله دوم؛ اشتباه محاسباتی است که این مرحله شامل سه گام است. مرحله سوم؛ راهبرد مهار و محدودسازی از طریق تحذیر با اقناع است.

**کلید واژه‌ها:** نفوذ، تصمیم‌گیر، تصمیم‌ساز، مردم و خواص.

## مقدمه

نفوذ یک شیوه کم‌هزینه و اثربخش است که آمریکا برای وصول به هدف شوم خود آن را با برنامه‌ریزی دقیق و غفلت برخی از مسئولین نظام ج.ا.ایران دنبال می‌کند. شناخت پدیده نفوذ و نقش آن در استحاله و فروپاشی انقلاب‌ها و نهضت‌ها از جمله مهم‌ترین عوامل و راهکارهای پایداری دستاوردها و صیانت از مجموعه انقلاب‌ها به شمار می‌آید (سعیدی شاهرودی، ۱۳۹۵).

به‌طور کلی نفوذ عبارت است از هرگونه کنش و رفتاری که توسط گروه مخالف به‌منظور تأثیرگذاری بر تفکر، باور و در نتیجه رفتار شهروندان و مسئولان کشورهای هدف انجام می‌شود. چالش‌های مربوط به نفوذ آمریکا عبارت‌اند از: ۱- مواجهه ج.ا.ایران با اپوزیسیون مجازی و بی‌شناسنامه؛ ۲- عملیات روانی گسترده این اپوزیسیون بر افکار عمومی ایران؛ ۳- افزایش کیفی اقدامات تبلیغی - روانی اپوزیسیون؛ ۴- دروغ‌پردازی و ترویج شایعات هدفمند برای تحریک افکار عمومی و ۵- تغییر در دستگاه محاسباتی و باورهای نخبگان و گروه‌های مرجع و مسئولین عالی‌رتبه نظام. استکبار جهانی به رهبری آمریکا از طریق نفوذ در دستگاه حاکمیتی ج.ا.ایران به دنبال اجرای راهبرد «تهی‌سازی از درون و فشار از بیرون» است. روش راهبرد: اقتصادی است. ابزار راهبرد: مدیران ناکارآمد و مردم ناراضی با بهره‌گیری از توان رسانه‌ای است. هدف راهبرد: برقراری رابطه با آمریکا است (کلانتری، ۱۳۹۷: ۳).

با توجه به چالش‌های موجود و راهبرد آمریکا در قبال ج.ا.ایران، مسئله این پژوهش توجه به روش‌های نفوذ و پیامدهای آن به‌عنوان یک شیوه مؤثر و کم‌هزینه دشمن برای تغییر باورها و رفتارها، مصادره مناصب، شخصیت‌ها و امکانات درون نظام است؛ بنابراین آنچه که به‌عنوان مسئله اصلی تحقیق، ذهن محقق را به خود معطوف نموده، این است که ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های نفوذ آمریکا در ج.ا.ایران به‌منظور تغییر باور و متعاقب آن تغییر رفتار و نظر مردم و مسئولین نظام و پیامدهای متأثر از آن کدامند؟ هشدارهای متعدد مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) بیانگر عمق نگرانی ایشان از روش‌ها، ابعاد و پیامدهای مسئله نفوذ است. تجربه چهل سال گذشته انقلاب بیانگر آن است که توجه به قدرت درونزای

داخلی و استحکام ساخت درونی قدرت نظام با تأکید بر وحدت بین مردم و مسئولین و همچنین همدلی بین مسئولین نظام، عوامل مهم و بااهمیتی هستند که مانع از نفوذ آمریکا در کشورمان می‌گردد. بی‌توجهی به نفوذ دشمن دارای پیامدهای زیر می‌باشد: ۱- آنچه که در ذهن دشمن است، به‌عنوان تصمیم مدیران کشور عملیاتی می‌شود؛ ۲- اعمال نفوذ در ایده و پیشنهاد کارشناسان و صاحب‌نظرانی که نقش مهمی در تصمیم‌سازی برای مسئولین دارند؛ ۳- دشمن از طریق بازمهندسی افکار عمومی که یکی از شگردهای نفوذ است، ذهن مردم را نسبت به نظام بدبین نموده و از طریق مردم خواسته‌های نامشروع خود را به کشور تحمیل می‌کند و ۴- استکبار جهانی از طریق بازمهندسی افکار عمومی، ذهن مردم را نسبت به نظام بدبین نموده و از طریق مردم خواسته‌های نامشروع خود را به کشور تحمیل می‌کند.

**سؤال تحقیق:** ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های ناشی از نفوذ آمریکا برای تغییر رفتار مسئولین و مردم از منظر امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) کدامند؟

## مبانی نظری

با مراجعه به مراکز مطالعاتی و تحقیقاتی، تعداد سه پیشینه مرتبط با نفوذ که ارتباط با این تحقیق دارد مطالعه شده و از نتایج آن‌ها بهره‌برداری شده است:

الف. مقاله علمی- پژوهشی تحلیلی بر رهبری و نفوذ: نتیجه تحقیق بیانگر این است که مشخص شود که در مفهوم‌سازی و به‌کارگیری واژه نفوذ و راهکارها و عوامل مؤثر در نفوذ رهبر، آیا انسجام و اجماع نظر میان صاحب‌نظران وجود داشته است یا اینکه ابهام و ناروشنی‌هایی دیده می‌شود. به‌ویژه اینکه در ادبیات رهبری با روند رو به تزایدی از عبارات و اصطلاحات رهبری یعنی انواع رهبری به‌خصوص در ده سال اخیر مواجه بوده‌ایم (میرزایی دریاپی، ۱۳۹۵: ۱۲۱).

ب. مقاله علمی- پژوهشی واکاوی مسئله نفوذ فرهنگی در کلام مقام معظم رهبری با تکیه بر آیات قرآن: نتیجه تحقیق بیانگر این است که نظام سلطه‌گر غرب، با ایجاد یأس و ناامیدی در جوانان، آن‌ها را منزوی کرده و سپس با دادن وعده‌های فریبنده به ایشان، آن‌ها را در راستای اهداف شیطانی خود به خدمت می‌گیرد. دشمن با تأکید بر شکاف‌های

اجتماعی، از جمله گسست نسل‌ها و جریان‌سازی موازی در قبال انقلاب، در جهت منفعل ساختن اقشار اجتماعی کوشش می‌کند و این همان نفوذ فرهنگی است که مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، مبارزه و مقابله با آن را در اولویت سایر روش‌ها می‌داند (خاتمی سبزواری و بقیعی، ۱۳۹۶: ۵۵۱).

ج. مقاله علمی - پژوهشی نفوذشناسی؛ بازخوانی اندیشه‌های مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی): نتیجه تحقیق بیانگر این است که مطالعه و بررسی دیدگاه‌های مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در طی بیش از دو دهه از پایان جنگ تحمیلی حاکی از این است که ایشان مهم‌ترین خطر و احتمال آسیب برای نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران را از ناحیه غفلت نخبگان از موضوع فرهنگ و نفوذ فرهنگی دشمن در جامعه می‌دانند. این تأکیدات در آستانه توافق هسته‌ای در کلام معظم‌له، شدت بیشتری گرفت و ادبیاتی نوین پیش‌روی محققان گشود. عبارت نفوذ، در پی آمد کلیدواژگانی همچون تهاجم فرهنگی، عملیات روانی، جنگ نرم، شبیخون فرهنگی و ... لوازم و مستندات خود را به همراه دارد (حاتمی و طهماسبی‌پور، ۱۳۹۴: ۱۳۹). در پیشینه‌های یادشده، بیشتر به مسائلی مانند شکاف‌های اجتماعی، گسست نسل‌ها، غفلت از نخبگان و راهکارها و عوامل مؤثر بر نفوذ توجه شده است. در مقاله حاضر بیشتر به پیامدهای ناشی از تغییر رفتار پرداخته می‌شود. البته از مبانی غفلت از نخبگان که در پیشینه‌ها به آن اشاره شده است، استفاده شده است.

## نفوذ

**نفوذ:**<sup>۱</sup> در لغت به معنی کنش یا قدرتی است که یک نتیجه‌ای را بدون اعمال آشکار زور یا بدون اعمال مستقیم فرمان، تولید می‌کند و در اصطلاح عبارت از اعمالی است که مستقیم یا غیرمستقیم باعث تغییر در رفتار یا نظرات دیگران می‌شود (الوانی، ۱۳۸۶: ۱۴۲). لغتنامه آنالین کمبریج نفوذ را تبدیل شدن به بخشی از یک گروه به صورت مخفیانه، به منظور دست یافتن به اطلاعات و یا برای تحت تأثیر قرار دادن شیوه تفکر و یا رفتار آن

گروه تعریف کرده است که نفوذگر به آرامی در محل، سیستم یا سازمان نفوذ می‌کند (دیکشنری آنلاین کمبریج: ۲۰۱۵). در تعاریف، از نفوذ به عنوان سازوکاری برای اثرگذاری بر دیگران یاد شده است. اگر شخصی بتواند دیگری را متقاعد کند که عقیده‌اش را درباره یک یا چند موضوع تغییر دهد، رفتاری را انجام دهد و یا از انجام آن خودداری کند و به محیط پیرامون خود، به شکلی خاص بنگرد، در حقیقت نفوذ تحقق یافته و «قدرت» به کار گرفته شده است (الوانی و همکاران، ۱۳۸۵: ۳۸۲). در تعریفی دیگر منظور از نفوذ تصرف دشمن در ادراک مسئولان و مردم به منظور تغییر نگرش، رفتار و ساختار است؛ بنابراین تعریف نفوذ سیاسی، یعنی تصرف دشمن در ادراک سیاسی مسئولان و نفوذ فرهنگی، یعنی تصرف در ادراک فرهنگی مردم (سعیدی شاهرودی، ۱۳۹۵: ۱۶).

شناخت پدیده نفوذ و نقش آن در استحاله و فروپاشی انقلاب‌ها و نهضت‌ها از جمله مهم‌ترین عوامل و راهکارهای پایداری دستاوردها و صیانت از مجموعه انقلاب‌ها به شمار می‌رود. نگرانی و هشدارهای رهبران الهی در زمینه تهدیدهایی که متوجه شریعت، مردم و حکومت دینی و انقلاب می‌شود، دربرگیرنده مصالح اسلام و مسلمین و شناساندن خطرها و تهدیدهای دشمن خارجی و ایادی داخلی آنان می‌باشد. بر همین اساس امیرالمؤمنین علی (علیه‌السلام) می‌فرماید: «حذرکم عدواً فی الصدور خفياً و نفث فی الأذان نجیاً؛ من شما را پرهیز می‌دهم از دشمنی که مخفیانه در سینه‌ها نفوذ می‌کند و آهسته در گوش‌ها نجوا می‌کند»<sup>۱</sup>.

### موفقیت نفوذ

نفوذ در دیگران، همیشه با قصد تغییر نگرش انجام نمی‌پذیرد. گاهی هدف بارز نفوذکننده، شکل دادن به نگرش و یا تقویت نگرش طرف مقابل است (اون و دیگران، ۱۳۷۷: ۲۷۵). نفوذ یک شیوه کم‌هزینه برای وصول به هدف است که اگر با برنامه‌ریزی اجرا شود، باعث کاهش هزینه و افزایش اثربخشی می‌گردد و از طرفی عامل نفوذی و یا عامل هدایت‌کننده و حامی وی را به موفقیت می‌رساند. عوامل این موفقیت عبارت‌اند از:

۱. نداشتن هزینه و خطر درگیری مستقیم و مسلحانه،
۲. تأمین هزینه‌های دستیابی به هدف از درون حاکمیت،
۳. سوءاستفاده و مصادره مناصب با شخصیت‌ها و ایجاد بی‌اعتمادی و بدبینی و در نتیجه بدید آوردن شکاف و اختلاف داخلی،
۴. چسبندگی به شخصیت‌ها و یا ادعای حضور در جریان‌ات و جناح‌های خودی، پیچیده شدن هزینه برخورد و جداسازی یا سختی و پیچیدگی امکان مقابله و برخورد با آن.
۵. مطرح ساختن مطالبات و شعارهای عامه‌پسند و فراتر از ظرفیت و توان نظام و ایجاد محبوبیت کاذب و فراگیر و در عین حال محدود بودن ظرفیت‌های نظام و طرح ضرورت تغییر ساختار (سخن هدایت، ۱۳۹۰: ۱۴)

### شیوه‌های نفوذ

مهم‌ترین شیوه‌های نفوذ را می‌توان به‌صورت زیر خلاصه نمود:

۱. **نفوذ در گروه‌های مطالبه‌گر و معترض:** این گروه‌ها با توجه به اینکه ممکن است دارای تنگناها و محدودیت‌های داخلی باشند، دست یاری نفوذگر را می‌پذیرند.
۲. **نفوذ از طریق نفوذی، نفوذ از طریق جاسوس:** استفاده از جاسوس، کلاسیک‌ترین و قدیمی‌ترین راه نفوذ است و بیشتر از آن برای نفوذ در نهادها و سازمان‌های نظامی استفاده می‌شود.
۳. **نفوذ از طریق نفوذگران اقتصادی:** جاسوسی از شرکت‌ها و مؤسسات تجاری و مالی کشور، اخیراً با توجه به اهمیت اقتصاد در روندهای سیاسی و امنیت ملی کشورها از اهمیت فراوانی برخوردار شده است.
۴. **نفوذ در حکومت، نفوذ از طریق گمراه کردن:** در اینجا نفوذگر با گمراه کردن مردم و زایل کردن بصیرت سیاسی مسئولین، تلاش می‌کند تا سیاستمداران همسوی خود را در ارکان حکومت منصوب نماید.
۵. **طریق جدایی و تفرقه:** جدایی و تفرقه نیروهای جبهه مقابل، محیط را برای نفوذگر مناسب می‌کند. در این شرایط از طریق نفوذ، جبهه مقابله تشکیل نمی‌شود و یا کارایی

ندارد. در این حالت توان نیروهای داخلی صرف مقابله با یکدیگر و دعوای جناحی و سیاسی می‌شود.

۶. **حمله به افراد کلیدی:** بی‌شک بعضی چهره‌ها و شخصیت‌ها دارای تصویر کاریزماتیک و تأثیرگذار هستند و نیز بعضی شخصیت‌ها به سبب منصب و جایگاهی که دارند، می‌توانند در مقابله با نفوذ تأثیرگذار باشند و هم اینکه نفوذ را تسهیل کنند. در نتیجه نفوذگر با هدف قرار دادن این افراد سعی می‌کند مقاومت آن‌ها را بشکند و با همراه کردن آن‌ها و تخریب چهره و جایگاهشان، نفوذ خود را مضاعف نماید (کرمی، ۱۳۹۵: ۲۵-۱۸).

۷. **نفوذ از طریق رسانه و رسانه‌های جدید:** فضای مجازی عرصه‌ای است که در آن بسیاری از محدودیت‌ها و موانع مقابله با نفوذ وجود ندارد؛ بنابراین حوزه‌ای است که در آن نفوذگران می‌توانند به‌طور مستقیم با مردم و کنشگران سیاسی رو در رو شوند و پیام‌های خود را به آنان منتقل کنند. فضای مجازی به نسبت کتاب، روزنامه و مجله در دسترس‌تر و ناشناخته‌تر است و امکانات بیشتری از قبیل صوت و تصویر را نیز در اختیار کاربر می‌گذارد. کمپین‌هایی که له یا علیه این جناح یا آن جناح به راه می‌افتند، شایعاتی که پراکنده می‌شود و تهمت‌هایی که به نیروهای داخلی زده می‌شود، اراده‌ها را تضعیف کرده و نیروها را پراکنده و متفرق می‌کند و در خوش‌بینانه‌ترین حالت، نیروهای داخلی را دچار انفعال، بی‌عملی، خانه‌نشینی و کناره‌گیری می‌کند.

۸. **نفوذ از طریق سازمان‌های مردم‌نهاد:** فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد در جامعه اغلب حساسیت‌برانگیز نیست و چون اهداف و انگیزه‌های جامعه‌پسندی دارد، قدرت جذب زیادی در اختیار دارد. بی‌شک افشاگری و بدنام کردن افراد و اتهام زدن به نخبگان سیاسی و اقتصادی و جمع‌آوری اطلاعات درباره برنامه‌ها و فعالیت‌های اقتصادی دولت، اهمیت زیادی برای نفوذگران دارد و کارمندان ادارات دولتی در این ارتباط نقش برجسته‌ای دارند. احزاب سیاسی و چهره‌های حزبی به علت نیاز مالی از جمله راه‌های نفوذ به شمار می‌روند. مطالبات احزاب سیاسی و شعارهای آنان نیز ظرفیت نفوذ را دارند (کرمی، ۱۳۹۵: ۳۲-۲۵).

## نفوذ از منظر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)

فراوانی برخی اصطلاحات در کلام رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی) نظیر جنگ نرم و خطر نفوذ، حاکی از اهمیت و حساسیت موضوع بوده و ضرورت حساسیت دولتمردان و مردم را می‌طلبد. مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) از سال‌های ۱۳۶۵ تاکنون بارها نسبت به نفوذ و رخنه دشمنان ج.ا.ایران هشدار داده‌اند. نفوذ، رخنه، هجوم و کلماتی از این دست، به‌کرات توسط معظم له ارائه شده است. بر اساس بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، دشمن با نفوذ به ج.ا.ا. قصد پیشبرد و هدف قدیمی خود در تکمیل پازل محاسباتی خود را دارد که مسائلی همچون تغییر در منطقه، تغییر فرهنگ و سیاست، تقویت نارضایتی در بین مردم، جذب جوانان، اخلال در باورها و اعتقادات ایرانیان، به دست گرفتن مراکز تصمیم‌گیر، بازگرداندن نفوذ غرب، سلطه اقتصادی، ضربه به اسلام و... از جمله مهم‌ترین این موارد است. بر همین اساس مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) پیوسته در بیانات خویش خواستار هوشیاری در مواجهه با نفوذ دشمن گردیده‌اند. معظم له معتقدند که: یک‌جور دشمنی، دشمنی سخت است؛ بمبی بیندازند، تیری بزنند، تروریستی بفرستند. یک‌جور دشمنی، دشمنی‌های نرم است که من از چندی پیش مسئله نفوذ را مطرح کردم؛ نفوذ خیلی مسئله مهمی است... دشمن دارد برای نفوذ طراحی می‌کند.

## ایجاد رخنه از طریق نفوذ (مدظله‌العالی)

«هوشیاری در مقابل تلاش دشمن برای نفوذ پیچیده و تدریجی، ضرورتی عینی است. باید در اتخاذ مواضع انقلابی صراحت داشت، اگر غفلت شود ناگهان می‌بینیم که دشمن در جاهایی رخنه کرده و مشغول کارهای خطرناک فرهنگی، اقتصادی و سیاسی است» (بیانات در دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیأت دولت در تاریخ ۱۳۹۴/۰۶/۰۴).

ایشان در بیانات دیگری می‌فرمایند: «ما همین‌طور مدام درباره نفوذ دشمن تکرار می‌کنیم، تأکید می‌کنیم، ایجاد خلل در باورها است؛ باور انقلابی، باور دینی. در معرفت‌های انقلابی و دینی اختلال ایجاد می‌کنند؛ رخنه کردن در این‌ها است و از همه طرق هم استفاده می‌کنند و آدم‌های گوناگونی هم دارند؛ استاد دانشگاه هم دارند، فعال دانشجویی هم دارند،



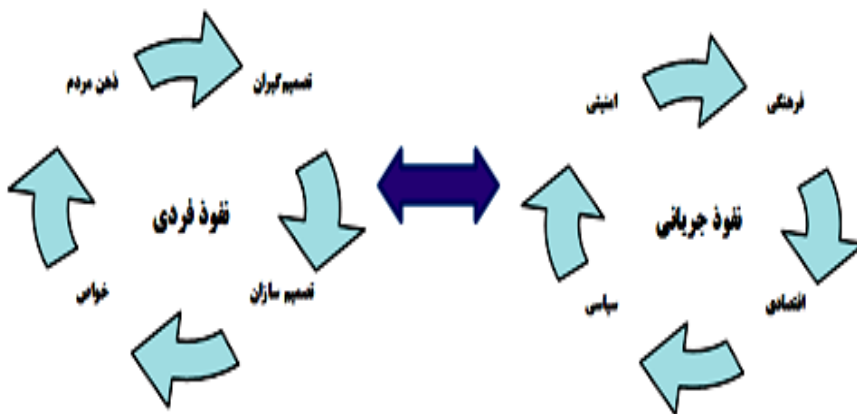
نخبه فکری و علمی هم دارند؛ همه‌جور آدمی برای ایجاد این رخنه‌ها هستند» (بیانات در دیدار با فرماندهان سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در تاریخ ۱۳۹۴/۶/۲۵).

### انواع نفوذ از منظر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)

نفوذ دوجور است: یک نفوذ موردی است، نفوذ فردی است؛ یک نفوذ جریان‌ی است. نفوذ موردی خیلی نمونه دارد، معنایش این است که فرض کنید شما یک دم‌دستگاهی دارید، یک مسئولی هستید؛ یک نفر را با چهره آرایش شده، بزک شده، با ماسک در مجموعه شما بفرستند؛ شما خیال کنید دوست است، در حالی که او دوست نیست تا او بتواند کار خودش را انجام بدهد؛ گاهی جاسوسی است که این کمترینش است؛ یعنی کم‌اهمیت ترینش جاسوسی است، خبرکشی و خبردهی است؛ گاهی کارش بالاتر از جاسوسی است، تصمیم شما را عوض می‌کند. شما یک مدیری هستید، یک مسئولی هستید، تصمیم‌گیر هستید، می‌توانید یک حرکت بزرگ یا مؤثری انجام بدهید، اگر چنانچه این حرکت را این جور انجام بدهید، این به نفع دشمن است، او می‌آید کاری می‌کند که شما حرکت را این جور انجام بدهید؛ یعنی تصمیم‌سازی. در همه دستگاه‌ها سابقه هم دارد؛ فقط هم دستگاه‌های سیاسی نیست (بیانات در دیدار فرماندهان گردان‌های بسیج ۱۳۹۴/۹/۴). «نفوذ یعنی چه؟ نفوذ اقتصادی ممکن است که البته کم‌اهمیت‌ترین آن نفوذ اقتصادی است و ممکن است که جزو کم‌اهمیت‌ترین نفوذ امنیتی باشد. نفوذ امنیتی چیز کوچکی نیست، اما در مقابل نفوذ فکری و فرهنگی و سیاسی، کم‌اهمیت است. نفوذ امنیتی عوامل خودش را دارد، مسئولین گوناگون از جمله خود سپاه جلوی نفوذ امنیتی دشمن را با کمال قدرت ان‌شاءالله می‌گیرند. در زمینه‌های اقتصادی، چشم‌های بینای مسئولین اقتصادی بایستی باز باشد و مواظب باشند که {دشمنان} نفوذ اقتصادی پیدا نکنند؛ چون نفوذ دشمن پایه اقتصاد محکم را متزلزل می‌کند. آنجایی که نفوذ اقتصادی کردند، آنجایی که توانستند خودشان را بر اقتصاد کشورها و ملت‌ها مثل یک بختکی سوار بکنند، پدر آن کشورها درآمد. اینجا ده پانزده سال قبل از این، رئیس یکی از همین کشورهایی که جزو کشورهای پیشرفته منطقه ما بود، در سفری که به تهران داشت و پیش ما آمد، به من گفت آقا ما به خاطر نفوذ

اقتصادی در ظرف یک شب تبدیل شدیم به فقیر، به گدا؛ راست می‌گفت. فلان سرمایه‌دار، به‌خاطر فلان خصوصیت اراده می‌کند این کشور را به زانو دریاورد: سرمایه خودش را می‌کشد بیرون یا تصرفاتی می‌کند که اقتصاد آن کشور به زانو دریااید. این هم البته خیلی مهم است؛ اما در قبال اقتصاد فرهنگی، اقتصاد سیاسی، نفوذ سیاسی و نفوذ فرهنگی، اهمیتش کمتر است و از همه مهم‌تر، نفوذ سیاسی و نفوذ فرهنگی است. دشمن سعی می‌کند در زمینه فرهنگی، باورهای جامعه را دگرگون کند و آن باورهایی را که توانسته این جامعه را سرپا نگه دارد، جابه‌جا کند، خدشه در آن‌ها وارد کند، اختلال و رخنه در آن‌ها به وجود بیاورد. خرج‌ها می‌کنند؛ میلیاردها خرج می‌کنند برای این مقصود؛ این رخنه و نفوذ فرهنگی است. نفوذ سیاسی هم این است که در مراکز تصمیم‌گیری و اگر نشد تصمیم‌سازی، نفوذ بکنند. وقتی دستگاه‌های سیاسی و دستگاه‌های مدیریتی یک کشور تحت تأثیر دشمنان مستکبر قرار گرفت، آن وقت همه تصمیم‌گیری‌ها در این کشور بر طبق خواست و میل و اراده مستکبرین انجام خواهد گرفت؛ یعنی مجبور می‌شوند. وقتی یک کشوری تحت نفوذ سیاسی قرار گرفت، حرکت آن کشور، جهت‌گیری آن کشور در دستگاه‌های مدیریتی، بر طبق اراده آن‌ها است؛ آن‌ها هم همین را می‌خواهند. آن‌ها دوست نمی‌دارند که یک نفر از خودشان را بر یک کشوری مسلط بکنند، مثل آن چیزی که در اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰ در هند این کار را کردند؛ از خودشان آنجا مأمور داشتند؛ یک نفر از انگلیس رئیس هند بود. امروز این امکان‌پذیر نیست؛ برای آن‌ها بهتر این است که از خود آن ملت کسانی در رأس آن کشور باشند که مثل آن‌ها فکر کنند، مثل آن‌ها اراده کنند، مثل آن‌ها و بر طبق مصالح آن‌ها تصمیم بگیرند؛ این نفوذ سیاسی است. [هدف این است که] در مراکز تصمیم‌گیری نفوذ کنند، اگر نتوانستند در مراکز تصمیم‌سازی [نفوذ کنند]؛ زیرا جاهایی هست که تصمیم‌سازی می‌کند. این‌ها کارهایی است که دشمن انجام می‌دهد که این مهم می‌بایست مورد توجه نخبگان، مدیران عالی سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف ج.ا.ایران قرار گیرد» (بیانات در دیدار فرماندهان سپاه پاسداران انقلاب اسلامی ۱۳۹۴/۰۶/۲۵). مجموعه بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) بیانگر این است که نفوذ باعث تغییر نگرش و درنهایت تغییر رفتار و نظر تصمیم‌گیران، تصمیم‌سازان، اذهان مردم و خواص می‌گردد. این تغییر رفتار دارای پیامدهای

خطرناکی است که در نتیجه مقاله به آن‌ها پرداخته می‌شود، بنابراین با توجه به دیدگاه‌های مقام معظم رهبری (مدظله‌العلی) پیرامون مسئله نفوذ، الگوی مفهومی تحقیق طبق شکل زیر می‌باشد. در این الگو نفوذ دارای دو بُعد موردی یا فردی و جریانی یا شبکه‌ای است. هر بُعد دارای چهار مؤلفه فرهنگی - سیاسی - اقتصادی و امنیتی است. هر مؤلفه به چهار روش اجرا می‌گردد: نفوذ در تصمیم‌گیران، تصمیم‌سازان، خواص و مهندسی ذهن و افکار عمومی مردم. بنابراین ابعاد، مؤلفه‌ها و روش‌های اجرای نفوذ منجر به تغییر باور و درنهایت تغییر رفتار مسئولین نظام و مردم می‌شود.



شکل شماره ۱: الگوی مفهومی تحقیق

### روش‌شناسی تحقیق

در این تحقیق، پژوهشگر تنها ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های نفوذ را بررسی نموده است، بنابراین به روش پژوهش زمینه‌ای موردی با رویکرد کمی انجام گردیده است. نتایج پژوهش کاربردی و تصمیم‌گرا می‌باشد و می‌تواند مورد استفاده تصمیم‌گیرندگان بخش‌های حاکمیتی، کشوری و لشکری قرار گیرد، در نتیجه نوع پژوهش توسعه‌ای - کاربردی است. قلمرو تحقیق از نظر زمانی، پس از انعقاد برجام، از سال ۲۰۱۷ تا سال ۲۰۲۰ م می‌باشد. از نظر مکانی، شامل جغرافیای ج.ا.ایران می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق صاحب‌نظران و نخبگان حاکمیتی، کشوری و لشکری که حداقل دارای مدرک تحصیلی کارشناسی بوده که

سه سال به‌عنوان مدیر در بخش‌های دولتی و لشکری انجام وظیفه کرده‌اند. تعداد جامعه نمونه ۷۰ نفر می‌باشد. چون جامعه آماری کمتر از ۱۰۰ نفر می‌باشد، نمونه‌گیری به‌صورت تمام‌شمار و ۵۰ نفر می‌باشد. اطلاعات این تحقیق از دو روش «میدانی» و «بررسی اسناد و مدارک (کتابخانه‌ای علمی و تخصصی)» گردآوری شده است. در روش کتابخانه‌ای، ادبیات موضوع و اطلاعات نظری مورد نیاز با جست‌وجوی کتابخانه‌ای تخصصی، اینترنتی و بانک‌های اطلاعاتی به دست آمده است. در روش میدانی، پرسشنامه‌ای تنظیم شد که ۲۰ پرسش بسته آن از طریق طیف لیکرت در پنج سطح طبقه‌بندی گردید. طراحی پرسشنامه با روش دلفی و با استفاده از نظر صاحب‌نظران، استادان، متخصصان و خبرگان، سیاسی-دفاعی، شناسایی و سپس پرسشنامه مقدماتی تهیه و در دو مرحله بین خبرگان توزیع شد و پس از تعیین اعتبار و روایی آن، پرسشنامه نهایی تهیه گردیده است. برای تعیین روایی پرسشنامه از روش روایی محتوا و توزیع دومرحله‌ای پرسشنامه استفاده شده و برای تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده شده و یک نمونه اولیه بین خبرگان و کارشناسان، پیش‌آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به‌دست‌آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS، میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ بزرگ‌تر از ۰/۸ به دست آمد، بنابراین پرسشنامه مورد استفاده از قابلیت اعتماد لازم برخوردار می‌باشد.

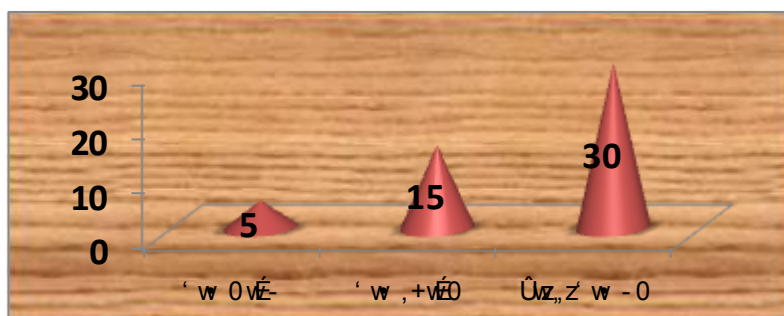
## تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های تحقیق

### تجزیه و تحلیل جمعیت شناختی

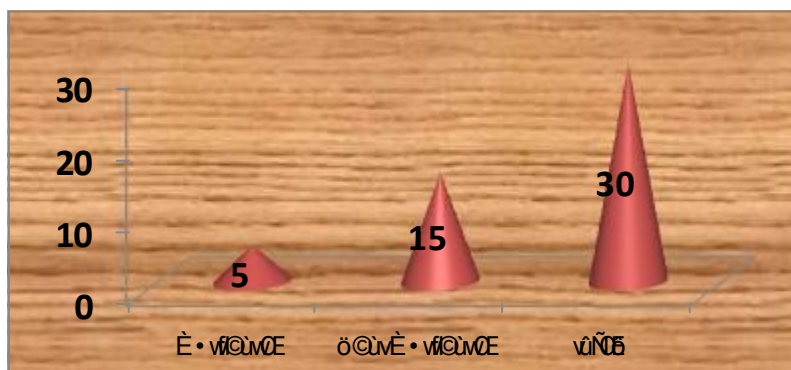
طبق جدول زیر، جامعه نمونه ۵۰ نفر است که ۳۰ نفر آن دارای مدرک کارشناسی بوده و سنوات خدمتی آن‌ها بین دو تا پنج سال است. ۱۵ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد بوده و سنوات خدمتی آن‌ها بین پنج تا ده سال است. پنج نفر دارای مدرک دکترا بوده و سنوات خدمتی آن‌ها بالای ۲۵ سال است؛ بنابراین جامعه نمونه از نظر مدرک، سنوات خدمت و تجربه حضور در جنگ سوریه دارای تجربه خوبی می‌باشند. نفرات این جامعه حداقل یک سال تجربه جنگ در سوریه را دارند.

جدول شماره ۱: ویژگی‌های جامعه نمونه

ردیف	مدرک تحصیلی	سنوات خدمت	تعداد
۱	کارشناس	۲ تا ۵ سال	۵ نفر
۲	کارشناسی ارشد	۵ تا ۱۰ سال	۱۵ نفر
۳	دکتر	۲۵ سال به بالا	۳۰ نفر



نمودار شماره ۱: مدرک تحصیلی جامعه نمونه



نمودار شماره ۲: سنوات خدمت جامعه نمونه

### تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق

به منظور تجزیه و تحلیل سال‌های تحقیق، بر اساس پرسشنامه‌های تنظیم شده که طبق نظر خبرگان بر اساس طیف لیکرت تهیه شده و بین جامعه نمونه توزیع گردیده است،

پاسخ‌های اخذشده از آن‌ها مقادیر به‌دست‌آمده برای یافته‌ها در قالب جدول درج میانگین وضع موجود، میانگین رتبه‌ها و درصد فراوانی نسبی برای هر یک از سؤالات به‌صورت جداگانه به شرح زیر محاسبه شده است. جدول زیر در قالب طیف لیکرت (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم) و بر اساس نمره ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱ تنظیم شده است؛ یعنی عواملی که میانگین نمره ۳ به بالا (متوسط) بگیرند، تأیید می‌گردند. بر اساس پرسشنامه‌های دریافتی، میانگین امتیاز هر یک از عوامل بیشتر از ۴ می‌باشد، چون میانگین نمره پاسخ‌های دریافتی زیاد (۴ به بالا) می‌باشد، بنابراین عوامل زیر توسط جامعه نمونه تأیید شده است. عواملی که میانگین نمره دریافتی آن‌ها کمتر از حد متوسط بوده (کمتر از ۳)، مورد تأیید جامعه نمونه قرار نگرفته و به همین دلیل تجزیه و تحلیل کمی نشده‌اند. در جدول زیر فراوانی پاسخ‌های داده‌شده ناشی از تغییر رفتار که دارای میانگین بیشتر از ۳ می‌باشند، بیان شده است. جدول زیر بیانگر این است که نفوذ باعث تغییر باور تصمیم‌گیران، تصمیم‌سازان، مهندسی افکار و اذهان مردم و تغییر نگرش خواص می‌گردد. تغییر نگرش منجر به تغییر رفتار می‌گردد. چنانچه دشمن موفق به تغییر رفتار در سطوح حاکمیتی و مسئولین کشور گردد، به اهداف شوم خود می‌رسد، بنابراین تغییر رفتار دارای پیامدهای بسیار خطرناکی است که در جدول زیر به آن‌ها اشاره شده است.

جدول شماره ۲: پیامدهای ناشی از تغییر رفتار

فراوانی نسبی	میانگین رتبه‌ها	میانگین	پیامدهای تغییر رفتار	مؤلفه‌های نفوذ
۶۹/۹	۶۱/۵۸	۴/۵۲۱	عدم کنترل و برنامه‌ریزی	تغییر رفتار در مراکز تصمیم‌گیری
۷۶	۶۲/۲	۴/۵۳۴	نگاه به بیرون	
۵۴/۸	۳۳/۹۷	۳/۶۷۸	غفلت از درون	
۵۱/۴	۵۸/۵۸	۴/۴۱۸	ایجاد تورم	
۵۲/۱	۷۱/۰۸	۴/۸۱۵	ایجاد رکود	
۵۳/۴	۲۹/۵۸	۳/۵۶۲	رانت‌خواری	تغییر رفتار در مراکز
۶۴/۴	۵۴/۲۹	۴/۲۶۷	فساد اقتصادی	
۷۰/۵	۴۵/۴۱	۴/۰۶۲	جمود فکری	

فراوانی نسبی	میانگین رتبه‌ها	میانگین	پیامدهای تغییر رفتار	مؤلفه‌های نفوذ
۵۱/۴	۴۶/۰۹	۴/۰۷۵	جاسوسی	تصمیم‌سازی
۵۰/۷	۲۸/۹	۳/۵۱۴	پیاده‌سازی راهبردهای دشمن	
۵۸/۲	۳۰/۸	۳/۵۱۴	پیاده‌سازی سیاست‌های دشمن	
۵۱/۴	۵۱/۲۱	۴/۲۱۹	نامیدی	
۶۰/۳	۵۰/۶۵	۴/۲۱۲	اغتشاش	تغییر رفتار ناشی از
۸۷/۷	۳۸/۳۸	۳/۷۶	شکاف بین مسئولین و مردم	مهندسی افکار و
۶۷/۸	۵۸/۷۲	۴/۴۵۹	بی‌اعتمادی مردم به مسئولین	ذهن مردم
۸۸/۴	۶۰/۹۵	۴/۵۲۱	تسلیم فضای مجازی	
۸۹	۶۷/۶۶	۴/۷۱۹	تسلیم جنگ رسانه‌ای	
۸۹	۶۷/۶۶	۴/۷۱۹	تضعیف جایگاه رهبری	
۸۹	۵۶	۴/۳۷۷	متهم نمودن نهادهای انقلابی	تغییر رفتار در
۸۷/۷	۵۴/۹۲	۴/۳۳۶	هموار نمودن مسیر پیشرفت و برنامه‌های دشمن	خواص
۸۷/۷	۴۰/۷۵	۳/۹۱۱	دوگانه معیشت - حفظ نظام	نفوذ اقتصادی
۵۱/۴	۵۱/۲۱	۴/۲۱۹	دوگانه مذاکره - مقاومت هسته‌ای	نفوذ سیاسی
۷۰/۵	۴۵/۴۱	۴/۰۶۲	دوگانه دولت - نظام	
۵۴/۸	۳۳/۹۷	۳/۶۷۸	دوگانه مقاومت - معیشت	نفوذ امنیتی
۵۸/۲	۳۰/۸	۳/۵۱۴	دوگانه موشک - معیشت	
۸۹	۵۶	۴/۳۷۷	دوگانه آزادی - اجبار	
۶۱/۴	۶۷/۶۶	۴/۷۱۹	دوگانه فرهنگ غربی - اسلامی	نفوذ فرهنگی

با توجه به جدول بالا، عامل‌هایی که میانگین نمرات داده‌شده به آن‌ها اختلاف معنادار با عدد ۳ داشته و بیشتر از ۳ باشند، توان نقش‌آفرینی به‌عنوان پیامد تغییر رفتار را دارند و فقط عواملی که رتبه زیاد یا خیلی زیاد کسب نموده‌اند، نقش‌آفرینند.

بنیاد دفاع از دموکراسی اتاق فکر و اندیشکده سیاسی آمریکا است که نقش مهمی در شکل‌گیری سیاست خارجی واشینگتن در قبال ایران دارد و متولی اصلی پروژه نفوذ در ج.ا.ایران می‌باشد، به همین دلیل تمرکز فعالیت‌های آن بر امنیت ملی و سیاست خارجی ج.ا.ایران است. مأموریت اصلی این بنیاد در ایران سیاست‌گذاری و راهبری پروژه نفوذ است. این بنیاد برای نفوذ در مراکز تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر ج.ا.ایران مأموریت خود را به ترتیب اولویت در چهار حوزه فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و امنیتی به‌طور هم‌زمان آغاز کرده است. آمریکا در راستای تحقق راهبرد «فروپاشی از درون و فشار از بیرون»، پروژه نفوذ را طبق اولویت‌های زیر انجام می‌دهد: اولویت اول «شبیخون فرهنگی»، اولویت دوم «ناتوی سیاسی» و اولویت سوم «تروریسم اقتصادی». این سه مرحله همان فروپاشی از درون است. اولویت چهارم آن «تهدید نظامی» یا فشار از بیرون است.

#### الف. نفوذ فرهنگی: (دوگانه آزادی- اجبار دوگانه فرهنگ غربی- اسلامی)

رسانه ملی ایران با برندنامی سلبریتی‌ها بهترین ابزار برای نفوذ فرهنگی بنیاد دفاع از دموکراسی است. نفوذ فرهنگی به قدری زیاد شده است که رسانه ملی طی یک برنامه ناخواسته و از پیش طراحی شده، در حال اسطوره‌سازی از سلبریتی‌ها می‌باشد. در این راستا به قدری موفق عمل نموده است که اغلب سلبریتی‌ها دارای محافظ شخصی و بادیگارد هستند. بی‌حجابی در خودروها و کشف حجاب در اماکن عمومی به‌خصوص پارک‌ها، سگ‌گردانی در اماکن و خیابان‌ها، فراموش شدن امر به معروف و نهی از منکر، پوشش‌های نامناسب آقایان و خانم‌ها، اسطوره‌سازی از هنرپیشه‌ها، ورزشکارها و افرادی که معاند و مخالف نظام و نهادهای انقلابی هستند، از مصادیق نفوذ فرهنگی بنیاد، به اصطلاح دفاع از دموکراسی است. با توجه به موارد بالا و تداخل وظایف دستگاه‌ها و سازمان‌های متولی فرهنگ می‌توان ادعا نمود که این بنیاد در حوزه نفوذ فرهنگی موفق عمل نموده است.



### ب. نفوذ سیاسی: (دوگانه مذاکره - مقاومت هسته‌ای و دوگانه دولت - نظام)

نفوذ سیاسی بنیاد دفاع از دموکراسی در داخل ج.ا.ایران به قدری زیاد است که با وجود اینکه مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) بارها فرمودند که مذاکره با آمریکا سم است و مذاکره نمی‌کنیم، اما هنوز برخی از دولتمردان و سیاسیون به دنبال مذاکره با کدخدا هستند. رعایت نکردن خطوط قرمز اعلامی توسط مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در برجام توسط دولت، تصویب لوایح «سی اف تی»، «اف ای تی اف»، «پالرمو» و «سند ۲۰۳۰» از مصادیق عینی نفوذ سیاسی در دولت به شمار می‌روند. به‌طور خلاصه شدت نفوذ سیاسی بنیاد دفاع از دموکراسی در دولت و برخی از خواص، تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران به قدری زیاد است که تنها راه برون‌رفت از مشکلات موجود را مذاکره و تعامل با آمریکا می‌دانند. چنانچه مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) شخصاً مانع از نفوذ سیاسی آمریکا نمی‌شد، برجام‌های ۲ و ۳ و ۴ و الی آخر پیامد اصلی نفوذ سیاسی این بنیاد به اصطلاح دفاع از دموکراسی می‌شد. با توجه به موارد بالا و آمادگی دولت برای انجام مذاکره، می‌توان ادعا نمود که این بنیاد در حوزه نفوذ سیاسی موفق عمل کرده است. البته موفقیت‌های این بنیاد با مقاومت و هوشیاری مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) با بن‌بست مواجه می‌گردد.

### پ. نفوذ اقتصادی: (دوگانه معیشت - حفظ نظام)

با وجود کاهش شدید نرخ ارز، اما هنوز قیمت کالاهای اساسی، اجناس و سایر خدمات کاهش نیافته است. علت اصلی آن فعالیت شدید این بنیاد در داخل ج.ا.ایران با استفاده از عناصر نفوذی است. بنابراین علاوه بر مشکلات مدیریتی، عناصر نفوذی هستند که مانع از کاهش قیمت در سایر حوزه‌ها می‌گردند. بنیاد دفاع از دموکراسی با نفوذ در دستگاه‌های دولتی و مدیریتی و تقرب به عناصر و افراد خاص و حساس مثل مدیران ارشد، آقازاده‌ها، بیوت برخی از مراجع و ائمه جمعه، فساد اداری و اقتصادی را در داخل ج.ا.ایران نهادینه نموده و دامنه آن به قدری گسترده شده که متأسفانه دامنه قوه قضائیه را هم گرفته است. مصادیق و نمونه‌های بارز این مفاسد طی سه سال گذشته بی‌سابقه بوده است. سوءاستفاده از ارزهای دولتی برای واردات کالاهای اساسی، تعطیلی بی‌سابقه کارخانجات، بیکاری کارگران، اغتشاشات کارگری و صنفی ایجادشده در داخل کشور و تورم و رکود پایدار که

زندگی شخصی خانواده‌ها و مدیریت اصلی سازمان‌ها را با چالش جدی مواجه نموده، از پیامدهای اصلی نفوذ اقتصادی این بنیاد به اصطلاح دموکراسی است. با توجه به موارد بالا و ضعف مدیریتی موجود در بدنه دستگاه‌های دولتی می‌توان ادعا نمود که این بنیاد در حوزه نفوذ اقتصادی موفق عمل کرده است.

#### ت. نفوذ امنیتی: (دوگانه مقاومت - معیشت دوگانه موشک - معیشت)

بُعد خارجی نفوذ امنیتی شامل تهدیدهای نظامی و بی‌اثر آمریکا علیه ج.ا.ایران است، مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) بارها فرمودند که جنگ نمی‌شود و آمریکا توان اجرای جنگ علیه کشورمان را ندارد، به همین دلیل معظم‌له فرمودند که جنگ نمی‌شود، مذاکره نمی‌کنیم و مقاومت می‌کنیم. بُعد داخلی نفوذ شامل مقابله با گروه‌های معاند نظام و سایر گروه‌های تکفیری و تروریستی و جاسوس‌های داخلی است که غفلت از آن‌ها باعث ایجاد ناامنی و بی‌ثباتی داخلی می‌گردد.

#### تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها و اسناد و مدارک موجود

بر اساس اسناد و مدارک موجود و مصاحبه به‌عمل آمده با صاحب‌نظران و خبرگان، آمریکا در سه مرحله طی هفت گام از طریق تغییر رفتار، به دنبال نفوذ در حاکمیت و نظام ج.ا.ایران است. مرحله اول؛ شامل گام‌های نفوذ و بازگشت آمریکا به ایران است که این مرحله شامل چهار گام است: ۱- گام اول، پاس و آبشار؛ ۲- گام دوم، تضعیف اقتصاد ملی ایران؛ ۳- گام سوم، جنگ ادراکی برای شرط‌سازی افکار عمومی از تحریم‌ها و ۴- گام چهارم، انتقال غرب‌گرایان لیبرال و سکولار از حاشیه به متن، می‌باشد. مرحله دوم؛ شامل اشتباه محاسباتی است که این مرحله شامل سه گام است: ۱- گام اول، عملیات فریب راهبردی؛ ۲- گام دوم، انتقال مذاکرات به کانال یک دیپلماسی و ۳- گام سوم، ایجاد اشتباه محاسباتی در نبرد محاسبات است. مرحله سوم؛ شامل راهبرد مهار و محدودسازی از طریق تحذیر با اقتناع است. محقق پس از جمع‌بندی اسناد و مدارک و تطبیق آن با نظر خبرگان و صاحب‌نظران، مراحل سه‌گانه بالا را به‌طور مفصل تجزیه و تحلیل نموده است.

## مرحله اول؛ گام‌های نفوذ و بازگشت آمریکا به ایران

**گام اول:** این گام که می‌توان از آن به مرحله (پاس و آبشار) یاد کرد، هم‌افزایی فتنه‌گران با غربی‌ها منجر به تصویب و اجرایی شدن تحریم‌های جدید و هوشمندانه علیه جمهوری اسلامی ایران گردید. اصرار فتنه‌گران برای قانون‌ستیزی و بی‌ثبات‌سازی محیط داخلی ایران، در واقع پاسی بود علیه ایران منافع و امنیت ملی به بیگانگان که با آبشار تحریم‌های جدید از سوی سلطه‌گران هم‌افزا شد.

**گام دوم:** این گام یعنی (تضعیف اقتصاد ملی ایران) با عملیات فشار و تحریم برای تحذیر ایران آغاز شد که با تضعیف اقتصاد ملی ایران دنبال تضعیف قدرت ملی، نارضایتی و رویگردانی اجتماعی در داخل ایران بود. در این گام با کاهش ارزش پول ملی، اثربخشی تحریم‌ها با انتقال فشار به معیشت جامع هدف‌گذاری شده بود.

**گام سوم:** این گام یعنی (جنگ ادراکی برای شرطی‌سازی افکار عمومی از تحریم‌ها) پس از تضعیف اقتصاد ملی و کاهش ارزش پول ملی در برابر ارزش‌های خارجی عملیاتی شد. در این گام، طرف‌های آمریکایی و اروپایی شرطی‌سازی افکار عمومی از تحریم‌ها را در دستور کار قرار دادند. در این میان نشست‌های استانبول و بغداد باید دو تصویر متفاوت را به افکار عمومی در ایران منتقل می‌کرد که سازنده دو ادراک کاملاً متفاوت و متضاد از نتایج مذاکرات و تأثیرات آن بر سبب معیشت جامعه باشد.

- مذاکرات به ظاهر مثبت در استانبول با تأثیر مثبت بر سبب معیشت جامعه،
- مذاکرات به ظاهر منفی در بغداد با تأثیر منفی بر سبب معیشت جامعه.

در نتیجه جنگ ادراکی در هم‌افزایی با تحریم‌های هوشمند در عمل افکار عمومی را به این انگاره نزدیک ساخت که تغییر در سیاست خارجی یگانه، راه بهبود وضعیت معیشت است. البته اقتصاد ملی و اثربخشی تحریم‌ها، مجدد سناریوی بی‌ثبات‌سازی در محیط داخلی ایران (شورش‌های اجتماعی و عملیات ویژه) را به موازات طرح آمریکا برای تغییر (نفوذ و بازگشت به ایران) به گزینه‌های کاخ سفید اضافه نمود.

**گام چهارم:** در این گام (انتقال غرب‌گرایان لیبرال و سکولار از حاشیه به متن دنبال می‌شود). در این گام غرب‌گرایان لیبرال و سکولار که در فتنه آمریکایی با راهبرد پاس و

آبشار با غربی‌ها هم‌افزایی نموده بودند، باید به متن جامعه منتقل می‌شدند. غرب‌گرایان در این گام سعی نمودند از پاس طرف‌های غربی بهره برده و با آبشار علیه گفتمان انقلاب اسلامی و دستاوردهای مقاومت، از حاشیه به متن قدرت نفوذ کنند.

فرآیند پاس و آبشار در این گام، نفوذ در حلقه‌های نظری و تصمیم‌ساز را به نفوذ در منصب تصمیم‌گیر پیوند زد. روزنامه آمریکایی نیویورک‌تایمز در این باره با صراحت اذعان داشت: (تلاش‌های کنونی برای ایجاد فشار اقتصادی بر ایران باید با تلاش برای حمایت از اپوزیسیون داخلی همراه شود). همچنین سوزان مالونی و ری تیکه از پژوهشگران مرکز سابان با تأکید بر این سیاست اظهار داشتند: (سیاست آمریکا در مقابل ایران باید تشدید فشارهای اقتصادی و تحریم مالی آن کشور، تقویت برخی نیروهای آن و تأثیرگذاری روی رقابت‌های درونی صاحبان قدرت آن کشور باشد).

### مرحله دوم؛ اشتباه محاسباتی

بر اساس رصد و بررسی اقدامات آمریکایی‌ها، این مرحله از طرح آمریکا برای نفوذ و بازگشت به ایران را می‌توان در سه گام روایت کرد:

**گام اول:** در این گام مقامات کاخ سفید با طراحی عملیات فریب راهبردی و نشان دادن در باغ سبز، سعی نمودند در بازیگران جدید قدرت، عطش فزاینده‌ای را برای مذاکرات ایجاد کنند. اقدامات زیر شاهد مثال این گام است:

۱. اعلام لغو تحریم‌ها در کمتر از سه ماه پس از آغاز مذاکرات توسط جان کری؛
۲. ارسال پیام دیپلماتیک از سوی طرف چینی مبنی بر آزادی ده‌ها میلیارد دلار از دارایی‌های توقیفی ایران در صورت آغاز مذاکرات و اعلام آمادگی برای هشت میلیارد دلار سوئیفت توسط دیپلمات یک کشور اروپایی پس از آغاز مذاکرات.

**گام دوم:** پس از طراحی عملیات فریب راهبردی، کارگزاران آمریکایی برای نفوذ و بازگشت به ایران، درصدد برآمدند تا علاوه بر انتقال مذاکرات از کانال دو به کانال یک دیپلماتیک، روند مذاکرات در این گام را به شرح زیر مدیریت نمایند.

- با رویکرد فشار و تحریم، ایران را به پای میز مذاکره کشانند؛

- انجام مذاکرات فراتر از موضوع هسته‌ای؛
- دوجانبه سازی مذاکرات بین آمریکا و ایران و
- انجام مذاکرات در همه سطوح، به ویژه سطوح عالی.

**گام سوم:** در گام ایجاد اشتباه محاسباتی در طرف ایرانی. در عمل اختیار ویژه‌ای را به طرف آمریکایی تقدیم خواهد نمود. این امتیازات تکالیفی را متوجه ایران خواهد ساخت که در عمل ضریب موفقیت طرح آمریکا را در مراحل بعدی افزایش خواهد داد. به همین علت دقت در زوایای پیدا و پنهان متن برجام و قطعنامه ۲۲۳۱ علاوه بر اینکه تصویری از مسیر حرکت در آینده را نمایان می‌سازد، شمارش گل‌های خورده و زده طرفین در نبرد محاسبات را نشان می‌دهد.

### مرحله سوم: راهبرد مهار و محدودسازی از طریق تحذیر با اقناع

در مرحله تحذیر با اقناع ایران برای در امان ماندن از مجازات‌ها (بازگشت‌پذیری تحریم‌ها) و بهره‌مندی از مشوق‌ها (تعلیق مشروط برخی از تحریم‌ها)، باید ملزم به حرکت در مسیر ریل‌گذاری شده توسط آمریکا گردد. مرحله سوم از طرح آمریکا از یک سو می‌خواهد جمهوری اسلامی ایران را در چهارچوب راهبرد مهار محدود سازد و از سوی دیگر ایران را به تدریج و عملی در مسیر (راهبرد تغییر رفتار) قرار دهد. بررسی گزارش مرکز سابان و متن برجام و قطعنامه ۲۲۳۱ دو موضوع زیر را به خوبی نمایان می‌سازد.

#### الف. مسیر ریل‌گذاری شده برای اقناع ایران در مختصات چهارگانه

در گزارش مرکز خاورمیانه سابان، مسیر ریل‌گذاری شده برای تحذیر و اقناع ایران چنین تعیین شده است که:

- آمریکا تحت هیچ شرایطی نباید بپذیرد ایران کشور برتر در منطقه باشد؛
- برنامه هسته‌ای ایران متوقف شود؛
- حمایت از حزب‌الله و حماس منتفی شود و
- تغییر نقشه وضع موجود منطقه از سوی ایران کنار گذاشته شود.

درواقع مختصات چهارگانه مذکور، ریلی است که ایران باید خود را در آن قرار دهد و حق ندارد از آن خارج شود و به میل خود در منطقه بازی کند.

### ب. برجام و قطعنامه ۲۲۳۱

مین‌گذاری در برجام و قطعنامه ۲۲۳۱ برای ممانعت از خروج ایران از مسیر ریل‌گذاری شده است. این مین‌گذاری در برجام و قطعنامه ۲۲۳۱ در هم‌افزایی با مسیر ریل‌گذاری شده برای تحذیر و اقناع، عملاً مختصات تحذیر را تثبیت می‌نماید و مانع خروج ایران از این مسیر می‌گردد. مین‌گذاری‌ها عبارت‌اند از: محدودیت‌های برنامه موشکی برای مقابله با برتری ایران در منطقه، تحریم تسلیحاتی برای متفی ساختن حمایت ایران از حزب‌الله و حماس، بازرسی و کنترل‌های بی‌سابقه و محدودیت‌های زمانی آشکار و پنهان برای عقب‌نگه‌داشتن و منسوخ نمودن برنامه هسته‌ای ایران. سازوکار ماشه در برگشت‌پذیری تحریم‌ها برای کنترل رفتار منطقه‌ای ایران؛ بنابراین در مرحله سوم طرح آمریکا، اقناع و حذر داشتن ایران در چهارچوب مختصات چهارگانه مورد اشاره در گزارش سابان معین و با تصویب برجام و قطعنامه ۲۲۳۱ لازم‌الاجرا می‌گردد.

### نتیجه‌گیری و پیشنهاد

#### نتیجه‌گیری

آمریکا قبل از برجام تلاش نمود تا مردم ایران را در مقابل دوگانه «معیشت- هسته‌ای» قرار دهد. مردم شریف ایران تحت رهنمودهای حکیمانه مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) و با ایستادگی و مقاومت در مقابل توطئه‌های شوم دشمن، پیشرفت هسته‌ای صلح‌آمیز را ادامه دادند. این انتخاب دشمن را مأیوس نمود و به همین دلیل دشمن در مرحله بعدی با نفوذ در برخی از دستگاه‌ها و همراهی تعداد قلیلی از مسئولین به دنبال دوگانه «معیشت- قدرت موشکی» رفت، این بار هم مردم با هوشیاری و آگاهی، فرزندان خود را در نیروهای مسلح تنها نگذاشته و با عبور صحیح از این مقطع حساس، مجدد دشمن را مأیوس نمودند. در مقطع کنونی، دشمن با بهره‌برداری از وضعیت معیشتی و اقتصادی موجود که به‌طور عمده

ناشی از سوء مدیریت و عملکرد ضعیف مدیران است، به دنبال دوگانه «معیشت-نظام» است، به همین دلیل آمریکا با خروج یک‌طرفه از برجام و اعمال تحریم‌های فلج‌کننده، اقتصاد و معیشت مردم ایران را هدف قرار داده و با اجرای عملیات روانی و مهندسی نمودن افکار مردم، تلاش دارد مردم ایران را در مقابل اصل نظام، یعنی «رهبری» قرار دهد. متأسفانه برخی رسانه‌های داخلی غرب‌گرا و واگرا با نظام و همچنین عناصر فعال در شبکه‌های اجتماعی، تلاش دارند تا با خوانشی انحرافی، تحت عنوان دوقطبی یا دوگانه «مذاکره-مقاومت»، علت اصلی خروج آمریکا از برجام را به مواضع و عملکرد رهبری ربط داده و تلاش دارند تا هزینه‌ها را متوجه ایشان سازند؛ بنابراین رسانه‌های جریان انقلابی باید به «ریشه‌یابی عمیق و جامع علل خروج آمریکا از برجام» پرداخته و این امر را متوجه جریان غرب‌گرا (به دلیل اعتماد به غرب)، معرفی نماید. آمریکا در سه مرحله طی هفت گام از طریق تغییر رفتار، به دنبال نفوذ در حاکمیت و نظام ج.ا.ایران است. مرحله اول شامل گام‌های نفوذ و بازگشت آمریکا به ایران است که این مرحله شامل چهار گام است: ۱- گام اول، پاس و آبشار؛ ۲- گام دوم، تضعیف اقتصاد ملی ایران؛ ۳- گام سوم، جنگ ادراکی برای شرطی‌سازی افکار عمومی از تحریم‌ها و ۴- گام چهارم، انتقال غرب‌گرایان لیبرال و سکولار از حاشیه به متن. مرحله دوم؛ شامل اشتباه محاسباتی است که این مرحله شامل سه گام است: ۱- گام اول، عملیات فریب راهبردی، ۲- گام دوم، انتقال مذاکرات به کانال دیپلماسی و ۳- گام سوم، ایجاد اشتباه محاسباتی در نبرد محاسبات است. مرحله سوم؛ شامل راهبرد مهار و محدودسازی از طریق تحذیر با اقناع است. تأثیرگذاری نفوذ دشمن باعث تغییر رفتار مردم و برخی از مسئولین می‌شود، رسانه‌های بیگانه، اپوزیسیون داخلی در بستر شبکه‌های اجتماعی، اظهارات و مواضع متناقض و خلاف منافع ملی مسئولان و نهادها و ... در یک برآیند واحد و هم‌راستا، به جامعه و افکار عمومی، فشار روانی وارد می‌کنند و جامعه را تا مرز تصور فروپاشی روانی سوق داده‌اند. ضرورت راهبردی امروز، «تعریف ساختار و سازوکار قوی و باثبات برای دفاع روانی از جامعه برای مقابله با نفوذ» در برابر حملات رسانه‌ای دشمنان و معاندان در چهارچوب منافع و مصالح کشور است. این میزان از کنترل فضای رسانه‌ای و مجازی داخل کشور توسط بیرون از

کشور، باید به نحوی کنترل گردد، در غیر این صورت باید به صورت هفتگی و روزانه، آماده تبدیل شدن هر مسئله کوچکی به یک بحران جدی بود.

مفهوم نفوذ دارای دو بُعد فردی و جریانی است، بُعد فردی به ترتیب اولویت دارای چهار مؤلفه: خواص، مهندسی افکار و ذهن مردم، تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان است. هر کدام از این مؤلفه‌ها دارای شاخص‌های مرتبط با خود هستند.

شاخص‌های مرتبط با مؤلفه خواص به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: تضعیف جایگاه رهبری، متهم نمودن نهادهای انقلابی و هموار نمودن مسیر پیشرفت و برنامه‌های دشمن. در هر کشوری افرادی هستند که با وجود نداشتن شغل مدیریتی، اما از نفوذ خوبی در جامعه برخوردار هستند، این افراد الزاماً تحصیل کرده نیستند، اما ذی‌نفوذ هستند. خواصی که قبلاً دارای مسئولیت بوده و در حال حاضر با نظام زاویه دارند، بهترین ابزار برای اعمال نفوذ و پیاده‌سازی راهبردها و سیاست‌های دشمن هستند. این افراد از طریق رسانه‌ها به خصوص صداوسیما بهترین شیپور تبلیغ برای دشمن هستند. گاهی اوقات برخی از هنرمندان که به سلبریتی معروف هستند از طریق صداوسیما در زمین دشمن بازی نموده و علیه نظام موضع‌گیری می‌نمایند.

شاخص‌های مرتبط با مؤلفه مهندسی افکار و ذهن مردم به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: تسلیم جنگ رسانه‌ای، بی‌اعتمادی مردم به مسئولین، تسلیم فضای مجازی، ناامیدی، اغتشاش و شکاف بین مسئولین و مردم. دشمن با بهره‌گیری از خلأهای موجود مثل سوء مدیریت، نارضایتی‌ها (کارگران ناراضی، معلمین، بازنشستگان، بیکاری، تورم، رکود و ...)

۱. سلبریتی‌ها بخشی از افراد معروف جامعه هستند که مورد توجه و قبول عامه جامعه هستند و موفقیتشان را مدیون هیچ‌یک از شاخصه‌های عقلانی، سیاسی، علمی که در عرف به نخبگان اطلاق می‌شود، نیستند و دلیل شهرتشان شاخصه‌های غیر منطقی و سرگرمی می‌باشد. پس با تعریف فوق شخصیت‌های علمی، سیاسی و اجتماعی که شهرتشان را به خاطر یک شاخصه منطقی به دست آورده‌اند، سلبریتی محسوب نمی‌شوند. سلبریتی‌ها یک حلقه واسط بین مردم، حاکمیت و قدرت هستند و در یک فرآیند کاملاً ساختارمند از طریق جریان نفوذ در کشور حمایت و مدیریت می‌شوند. امروزه قدرت اصلی این سلبریتی‌ها در رسانه و به خصوص اینترنت افسارگسیخته است و راهکار به حاشیه بردن این سلبریتی‌ها، قیچی کردن ابزار قدرت آن‌ها، یعنی رسانه‌ها است که در صورت فیلتر شدن اینستاگرام به شدت از قدرت مانور و اثرگذاری آن‌ها کم خواهد شد.



از طریق رسانه‌ها و جنگ سایبری، نافرمانی مدنی را سازمان‌دهی کرده و گاهی حتی نفرت انقلابی و ارزشی را از طریق تغییر رفتار در مقابل نظام قرار می‌دهد. در واقع دشمن از طریق بازمهندسی افکار عمومی که یکی از شگردهای جنگ شناختی است، ذهن مردم را نسبت به نظام بدبین نموده و از طریق مردم خواسته‌های نامشروع خود را به کشور تحمیل می‌کند.

شاخص‌های مرتبط با تصمیم‌گیران به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: ایجاد رکود، نگاه به بیرون، عدم کنترل و برنامه‌ریزی، ایجاد تورم، فساد اقتصادی، غفلت از درون و رانت‌خواری. مسئولین تصمیماتی می‌گیرند که دشمن می‌خواهد، به عبارتی دیگر آن‌چنان که در ذهن دشمن است، به‌عنوان تصمیم‌مدیران کشور عملیاتی می‌شود. در واقع دشمن با تغییر در دستگاه محاسباتی مسئولین می‌تواند نیت و خواسته‌های شوم خود را از طریق نفوذ عملیاتی نماید.

شاخص‌های مرتبط با تصمیم‌سازان به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: جاسوسی، جمود فکری، پیاده‌سازی راهبردهای دشمن و پیاده‌سازی سیاست‌های دشمن. اعمال نفوذ در ایده و پیشنهاد کارشناسان و صاحب‌نظرانی که آبخور فکری آن‌ها اجرای سیاست‌ها و راهبردهای دشمن است و از طرفی نقش مهمی در تصمیم‌سازی برای مسئولین دارند. بعضی از این کارشناسان عملاً عامل نفوذی و جاسوس دشمن هستند.

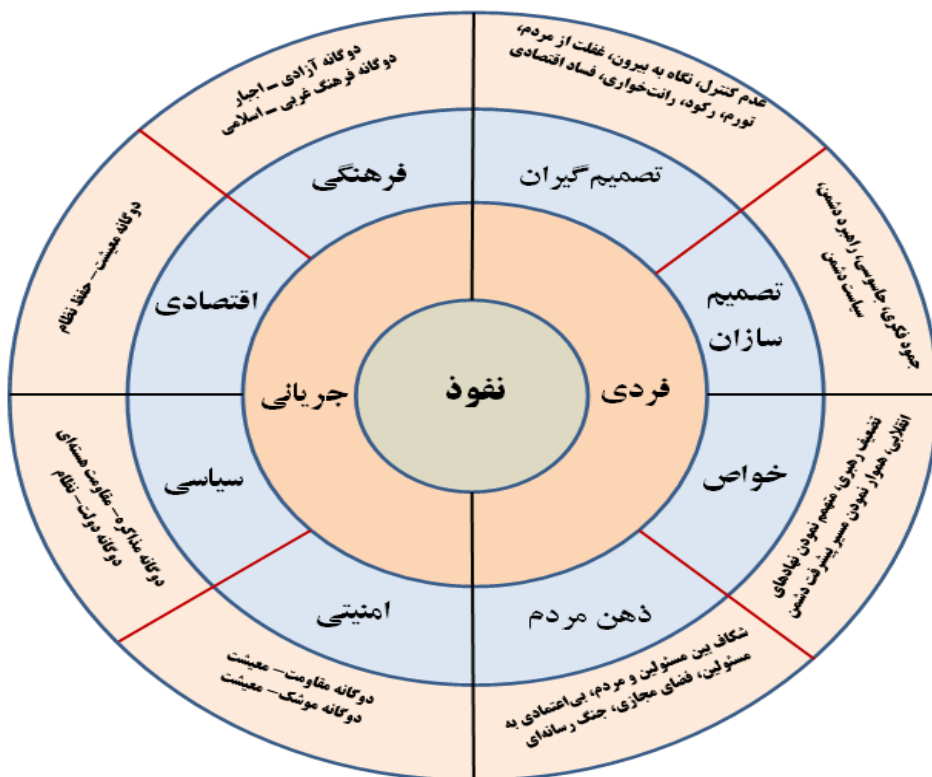
بُعد جریانی به ترتیب اولویت دارای چهار مؤلفه فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و امنیتی است، هر کدام از این مؤلفه‌ها دارای شاخص‌های مرتبط با خود هستند. شاخص‌های مرتبط با مؤلفه فرهنگی به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: دوگانه فرهنگ غربی-اسلامی و دوگانه آزادی-اجبار. شاخص‌های مرتبط با مؤلفه سیاسی به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: دوگانه مذاکره-مقاومت هسته‌ای و دوگانه دولت-نظام. شاخص مرتبط با مؤلفه اقتصادی عبارت است از: دوگانه معیشت-حفظ نظام. شاخص‌های مرتبط با مؤلفه امنیتی به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: دوگانه مقاومت-معیشت و دوگانه موشک-معیشت.

آمریکا از طریق بنیاد دفاع از دموکراسی، راهبرد «فروپاشی از درون و فشار از بیرون» را علیه ج.ا.ایران مدیریت می‌کند، این بنیاد پروژه نفوذ را طبق چهار اولویت انجام می‌دهد:

اولویت اول «شبیخون فرهنگی»، اولویت دوم «ناتوی سیاسی» و اولویت سوم «تروریسم اقتصادی» است. این سه مرحله همان فروپاشی از درون است. اولویت چهارم آن «تهدید امنیتی» یا فشار از بیرون است.

بررسی عملکرد بنیاد آمریکایی دفاع از دموکراسی‌ها نشان می‌دهد که این بنیاد، اندیشکده محسوب نمی‌شود بلکه سازمانی است که در پوشش اندیشکده به صورت روزمره در حال طراحی و تشویق «تروریسم اقتصادی» و اعمال خصمانه دولت آمریکا علیه مردم ایران است. این بنیاد از طریق عملیات جهانی رسانه‌ای، به آسیب‌پذیرترین نقطه‌های ایران مثل «اقتصاد و معیشت» مردم حمله می‌کند. اعضای وابسته با آن به اسم استاد دانشگاه یا خبرنگار بارها به صورت رسمی وارد کشور شده و اطلاعات مورد نیازشان را در پوشش‌های مختلف جمع‌آوری و در اختیار آمریکا قرار داده‌اند.

سایر اقدامات خصمانه این بنیاد علیه ج.ا.ایران عبارت‌اند از: تولید و انتشار دروغ، تشویق، مشورت، لابیگری و کارزار تبلیغاتی منفی در داخل و خارج از کشور. بنیاد دفاع از دموکراسی، پروژه نفوذ را به ترتیب در حوزه‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و امنیتی به خوبی و با موفقیت انجام داده است. با توجه به مطالب بالا، الگوی راهبردی نفوذ آمریکا علیه ج.ا.ایران از منظر امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) طبق شکل زیر می‌باشد.



شکل شماره ۲: الگوی راهبردی تحقیق

## پیشنهادهای

۱. همسویی و هماهنگی مواضع مسئولان: بهترین روش مقابله با نفوذ دشمن، همراه‌سازی افکار عمومی با سیاست‌های نظام، اجماع و هماهنگی مواضع مسئولان نظام در فضای عمومی است. در شرایط فعلی، ناهماهنگی و تشتت زیادی در مواضع مسئولان در این باره وجود دارد و این امر موجب ابهام و حتی تردید در فضای افکار عمومی می‌شود.
۲. انسجام و هماهنگی رسانه‌ای در داخل: به دلیل نفوذ دشمن، تشتت و بی‌نظمی رسانه‌ای قابل توجهی در داخل کشور (در رسانه‌های دولتی و خصوصی) در واکنش به تحولات داخلی و خارجی وجود دارد و این موضوع نیز می‌تواند از اجماع و همسویی افکار عمومی با مواضع و سیاست‌های نظام بکاهد؛ بنابراین همسویی و انسجام رسانه‌ای در

داخل برای همراهی حداکثری افکار عمومی با نظام در راستای ایستادگی در مقابل نفوذ آمریکا، ضرورتی انکارناپذیر است.

۳. غلبه نگاه ملی در رسانه‌ها و مواضع مسئولان و پرهیز از نگاه جناحی و گروهی: متأسفانه به علت نفوذ دشمن شاهد غلبه نگاه جناحی و غیر ملی در مواضع برخی از مسئولان و رسانه‌های داخلی هستیم که بسیار آسیب‌زا است و در بلندمدت، موجب بی‌اعتمادی مردم به سیاست‌های هسته‌ای نظام و تضعیف همراهی مردم با آن می‌گردد؛ چراکه در نگاه افکار عمومی، کشمش‌های هسته‌ای منطبق با منافع عمومی و ملی، تصور نخواهد شد؛ بنابراین جهت جلب اعتماد و همراهی افکار عمومی، نیازمند خوانش ملی از تحولات داخلی و خارجی در رسانه‌ها و مواضع مسئولان جهت مقابله با نفوذ دشمن هستیم.

۴. تشکیل قرارگاه رسانه‌ای جنگ‌شناختی و بازتولید مستندات رسانه‌ای جهت آگاه‌سازی مردم.

۵. تشکیل کارگاه‌های توجیهی و آموزشی پیرامون روش‌ها، کارکردها و پیامدهای نفوذ جهت مدیران کشوری و لشکری در قالب مدرسه حکمرانی.

۶. استفاده از امکانات و تجهیزات نظامی مثل بخش عملیات روانی و عملیات رسانه‌ای جهت تقویت بخش‌های دولتی و کشوری، همکاری و تعامل بخش لشکری با بخش کشوری جهت مقابله با نفوذ دشمن در این مقطع حساس.

۷. یکی از روش‌های مقابله با نفوذ دشمن، آگاه‌سازی مردم از طریق رسانه و فضای مجازی مبنی بر مشکلات اقتصادی و معیشتی قابل حل هستند.

۸. تنویر افکار عمومی مردم توسط مسئولین و مدیران اجرایی به‌منظور مقابله با نفوذ دشمن در اذهان عمومی برای برون‌رفت از این مقطع حساس.

## فهرست منابع و مآخذ

- قرآن کریم، ترجمه آیت الله مکارم شیرازی.
- بیانات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) دسترسی در سایت [www.khamenei.ir](http://www.khamenei.ir).
- الوانی، سید مهدی (۱۳۸۶)، مدیریت عمومی، تهران، نی، چاپ سی و یکم.
- اون، هارجی و دیگران (۱۳۷۷)، *مهارت های اجتماعی در ارتباطات میان فردی*، ترجمه خشایار بیگی و مهرداد فیروز بخت، انتشارات رشد.
- حاتمی، حمیدرضا و طهماسبی پور، ملیحه (۱۳۹۴)، مقاله علمی- پژوهشی نفوذشناسی؛ بازخوانی اندیشه های مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، *فصلنامه شماره ۳۴ مطالعات عملیات روانی*.
- خاتمی سبزواری، سید جواد و بقیعی، زهره (۱۳۹۶)، مقاله علمی- پژوهشی واکاوی مسئله نفوذ فرهنگی در کلام مقام معظم رهبری با تکیه بر آیات قرآن، *فصلنامه شماره ۴ فرهنگ در دانشگاه اسلامی*.
- دشتی، محمد (۱۳۹۱)، *نهج البلاغه*، قم، انتشارات رسالت.
- دیکشنری آنلاین کمبریج (۲۰۱۵)، نفوذ، قابل دسترسی در سایت: <http://dictionary.cambridge.org>
- سعیدی شاهرودی، علی (۱۳۹۵)، جریان شناسی نفوذ در انقلاب ها، قم، زمزم هدایت.
- کلاتری، فتح الله، (۱۳۹۷)، *مدیریت روانی و تحولات داخلی از طریق نفوذ*، دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی و تحقیقات راهبردی.
- کرمی، علی، (۱۳۹۵)، *مفهوم شناسی نظری نفوذ*، تهران، مرکز مطالعات راهبردی تربیت اسلامی.
- میرزائی دریانی، شهرام (۱۳۹۵)، مقاله علمی- پژوهشی تحلیلی بر رهبری و نفوذ، *چهارمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری*، تبریز.
- سخن هدایت (۱۳۹۰)، *ماهنامه هدایت*، سال ۱۱، شماره ۱۱۶.

